

CẦN ƯU TIÊN XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC QUY HOẠCH DU LỊCH VIỆT NAM

PGS.TS. PHẠM TRUNG LƯƠNG

Xây dựng chiến lược và quy hoạch luôn là một trong những nhiệm vụ quản lý nhà nước quan trọng đối với sự phát triển của bất kỳ ngành/lĩnh vực kinh tế - xã hội nào. Điều này càng đặc biệt có ý nghĩa khi sự phát triển của mỗi ngành/lĩnh vực luôn gắn liền với sự vận hành của nền kinh tế thị trường trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động với những cơ hội và thách thức đan xen.

Phát triển du lịch ở Việt Nam không phải là ngoại lệ. Việt Nam được xem là quốc gia có vị trí địa lý thuận lợi và tiềm năng du lịch đa dạng, phong phú với nhiều cảnh quan đẹp, nhiều bãi biển nổi tiếng, hàng ngàn di tích lịch sử văn hóa, lễ hội, trong đó nổi bật là hệ thống các di sản thế giới, các khu dự trữ sinh quyển...

Ở Việt Nam, ngành Du lịch đã được hình thành và phát triển trên 55 năm, song hoạt động du lịch mới chỉ thực sự diễn ra sôi động với tư cách là một ngành kinh tế từ thập kỷ 90 thế kỷ trước gắn liền với chính sách mở cửa hội nhập của Đảng và Nhà nước. Vào thời kỳ này, lần đầu tiên vai trò và vị trí của ngành Du lịch mới được xác định, theo đó "Phát triển du lịch là một hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế - xã hội nhằm góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước" (Chỉ thị 46/CT-TW Ban Bí thư Trung ương Đảng khóa VII, 10/1994) và "Phát triển du lịch thực sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn" (Văn kiện Đại hội Đảng IX).

Nhận thức được ý nghĩa quan trọng của

nhiệm vụ xây dựng chiến lược và quy hoạch Ngành để có được những định hướng phù hợp cho Du lịch Việt Nam phát triển tương xứng với tiềm năng và vị trí; nâng cao được năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập ngày một sâu rộng của Du lịch Việt Nam với khu vực và quốc tế, công tác xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển Du lịch Việt Nam đã được đặt ra như một yêu cầu cấp bách ngay sau khi Tổng cục Du lịch được thành lập lại vào năm 1993. Đây là lần đầu tiên trong lịch sử phát triển Ngành, việc xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch mới được tổ chức thực hiện ở Việt Nam.

Việc xây dựng Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam thời kỳ 1995 - 2010 và tiếp sau đó là hệ thống quy hoạch tổng thể phát triển 3 vùng du lịch; các địa bàn trọng điểm du lịch đã góp phần tích cực vào phát triển Du lịch Việt Nam giai đoạn đến năm 2010. Đây là giai đoạn phát triển được xem là "bùng nổ" của ngành Du lịch Việt Nam, đưa du lịch lên vị trí tương xứng với ngành kinh tế quan trọng của đất nước và làm thay đổi nhận thức của xã hội đối với vị thế của một ngành mà vốn

từ trước đó chỉ được xem là ngành "ăn chơi nhẩy múa", mang tính chất phục vụ yêu cầu đối ngoại của Đảng và Nhà nước trong cơ chế bao cấp.

Kể từ đó, nhiệm vụ xây dựng chiến lược và quy hoạch du lịch luôn được quan tâm, đặc biệt khi đất nước bước vào thời kỳ hội nhập và phát triển mới 2011 - 2020 với tầm nhìn đến năm 2030.

Trước khi xây dựng Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam cho giai đoạn phát triển mới, việc tổng kết thực hiện chiến lược giai đoạn đến năm 2010 đã được thực hiện, qua đó đã chỉ ra những tồn tại đối với việc xây dựng cũng như thực hiện chiến lược và quy hoạch. Nhiều bài học kinh nghiệm cũng đã được rút ra cho việc xây dựng Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Tuy nhiên, nhìn lại cả quá trình thực hiện nhiệm vụ xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển ngành Du lịch có thể thấy còn có những hạn chế gây ảnh hưởng đến chất lượng xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển Ngành, từ đó sẽ có những tác

động đến việc đề ra các mục tiêu chiến lược cũng như công tác chỉ đạo, điều hành phát triển Du lịch Việt Nam ở tầm vĩ mô.

Để Du lịch Việt Nam có thể tạo được những bước phát triển vững chắc mang tầm chiến lược với những đóng góp tích cực hơn cho phát triển kinh tế - xã hội và đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của đất nước trong bối cảnh hội nhập, cần có những đổi mới trong cách tiếp cận xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch ở Việt Nam, theo đó:

Thứ nhất, cần thay đổi tư duy tiếp cận xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch như một ngành kinh tế độc lập vốn còn khá phổ biến hiện nay ở Việt Nam. Chiến lược và quy hoạch du lịch cần thể hiện được sự vận hành của du lịch theo đúng quy luật kinh tế trong mối quan hệ tổng hòa với các ngành/lĩnh vực có liên quan khác như giao thông vận tải (đặc biệt là hàng không), thương mại, hải quan, ngoại giao... và cần phải coi hiệu quả kinh tế tổng thể của quốc gia mà du lịch đem lại là quan trọng hơn so với lợi ích kinh tế đơn ngành. Với cách tiếp cận này, chiến lược và quy hoạch du lịch cần thể hiện rõ hơn vai trò của du lịch không chỉ như ngành kinh tế quan trọng, mà còn là một “phương tiện” hữu hiệu để đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ, tạo sức lan tỏa cho các ngành kinh tế có liên quan cùng phát triển. Điều này có nghĩa là đã đến lúc phải thực sự coi trọng hiệu quả kinh tế - xã hội và tính bền vững của hoạt động du lịch thay vì chỉ quan tâm nhiều đến các chỉ tiêu tăng trưởng, đặc biệt là về số lượng khách du lịch như hiện nay. Như vậy, bên cạnh những chính sách tạo điều kiện thuận lợi đi lại cho du khách tiếp cận điểm đến, cần có những chính sách tổng thể liên quan đến nhiều ngành để đảm bảo giá tour của Du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh cao. Tuy nhiên, những chính sách trên chỉ thực sự có ý nghĩa khi Việt Nam đảm bảo được nguồn “cung” các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ bổ sung, ngoài sản phẩm du lịch theo tour, phù hợp với nhu cầu thị trường cũng như tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách du lịch trong quá trình giao dịch “mua” những sản phẩm đó khi đi du lịch ở Việt Nam. Thực tế phát triển du lịch ở nhiều nước trong khu vực và trên thế giới cho thấy cách tiếp cận này đối với phát triển du lịch không phải là mới, tạo được giá tour rất cạnh tranh và đã đem lại hiệu quả cao về kinh tế khi nguồn thu từ kinh doanh bán hàng hóa và dịch vụ bổ sung ngoài giá tour cho khách du lịch

“

Để có thể phát triển được một ngành kinh tế theo đúng quy luật của kinh tế thị trường trong điều kiện Việt Nam, rất cần những định hướng phát triển có tầm chiến lược song cũng phải khá cụ thể cho từng giai đoạn phát triển. Yêu cầu này đồng nghĩa với việc cần xây dựng được chiến lược và quy hoạch phát triển Ngành và phải coi đây là một trong những nhiệm vụ quản lý nhà nước cần được ưu tiên trong mỗi giai đoạn phát triển.

”

cao hơn nhiều lần so với giá tour. Tuy nhiên, ở Việt Nam cách tiếp cận này trong việc xây dựng chiến lược và quy hoạch còn chưa thực sự được quan tâm đúng mức.

Thứ hai, cần có sự quan tâm thực chất đối với chất lượng tăng trưởng đúng từ góc độ kinh tế chứ không nên chỉ dựa trên mục tiêu tăng trưởng về khách du lịch. Đã có những thời kỳ, chiến lược và quy hoạch phát triển Du lịch Việt Nam đưa ra mục tiêu để “Phát triển Việt Nam trở thành một trong số các nước đứng đầu khu vực về du lịch” và “Từng bước đưa Việt Nam trở thành trung tâm du lịch tầm cỡ ở khu vực”. Tuy nhiên, qua nhiều năm phấn đấu, mục tiêu đó của chiến lược và quy hoạch Ngành đã không đạt được như mong muốn trong khi hiệu quả kinh doanh du lịch cũng không được cải thiện do thiếu định hướng chiến lược và quy hoạch. Như vậy, cách tiếp cận phát triển du lịch hướng đến hiệu quả cần được đổi mới trong việc xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển Du lịch Việt Nam cho thời kỳ phát triển mới.

Để thực hiện cách tiếp cận này, cần đổi mới phương thức phát triển du lịch, theo đó mọi phương án phát triển du lịch được đưa ra xem xét trong chiến lược và quy hoạch du lịch cần dựa trên quy luật cung - cầu, coi trọng nghiên cứu thị trường làm căn cứ để đưa ra định hướng phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt là sản phẩm du lịch đặc thù của cả nước, của từng vùng du lịch thực sự phù hợp với nhu cầu thị trường.

Thứ ba, trên cơ sở thống nhất nhận thức về bản chất du lịch với tư cách là ngành kinh tế, trong quá trình xây dựng chiến lược và quy hoạch Ngành cần có những thay đổi về quan điểm quản lý đối với doanh nghiệp du

lịch, theo đó cần coi trọng hơn vai trò của doanh nghiệp du lịch như đối tác của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch thay vì chỉ là đối tượng để quản lý. Điều này thể hiện sự thay đổi cơ bản về tư duy quản lý nhà nước về du lịch, đảm bảo cho môi trường phát triển du lịch trở nên công bằng và lành mạnh hơn, phù hợp với xu thế phát triển ở các quốc gia có ngành Du lịch phát triển.

Bên cạnh đó, cần rà soát xem xét lại cơ chế quản lý, tổ chức thực hiện, thẩm định đánh giá kết quả thực hiện xây dựng chiến lược và quy hoạch du lịch theo hướng nâng cao vai trò của chuyên gia tư vấn để đảm bảo tính khoa học, khách quan; hạn chế sự “can thiệp” hành chính các cấp làm kết quả nghiên cứu xây dựng chiến lược và quy hoạch du lịch bị “méo mó” theo quan điểm của các cấp quản lý; tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp và các đối tượng có liên quan vào quá trình thực hiện. Đặc biệt, chú trọng nâng cao năng lực của đội ngũ thực hiện nhiệm vụ xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch, đảm bảo tính chuyên nghiệp với những tư duy mới phù hợp với xu thế phát triển du lịch ở khu vực và trên thế giới; chú trọng sự hợp tác với các chuyên gia ở các lĩnh vực có liên quan trong quá trình thực hiện nhiệm vụ.

Việc xác định rõ những hạn chế trên đây và quyết tâm khắc phục sẽ là yếu tố quyết định nâng cao chất lượng thực hiện nhiệm vụ xây dựng chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch, đảm bảo để công tác này sẽ có những đóng góp tích cực hơn nữa vào sự nghiệp phát triển du lịch ở Việt Nam, để Du lịch Việt Nam có được tầm nhìn tương xứng với kỳ vọng của đất nước. ■